

Conseils de Marketing

Question 1: Est-ce que je devrais traduire mon site Web dans une autre langue?

Réponse 1: Voici quelques éléments pour vous aider à prendre la décision de traduire ou non votre site Web (par exemple: du français à l'anglais).

La géographie de vos clients-cibles:

- Si vos clients-cibles se trouvent au Canada, 79% de la population du pays communique en anglais à travers le Canada.
- Si vous désirez cibler le Québec, un site Web bilingue est important car 20% de la population du Québec communique en anglais.

(Source: Statistiques Canada).

À propos de votre compagnie:

- Lorsque les gens magasinent pour des produits ou des services en ligne, ils choisissent la meilleure compagnie qui les offre. Si vous avez un site multilingue, vous allez accroître votre part du marché.
- Une compagnie bilingue indique que vous êtes une compagnie qui opère au niveau national, cela sous-entend que la taille de votre entreprise est importante, une compagnie digne de confiance. La perception devient la réalité.

Question 2: J'aimerais savoir d'où viennent les visiteurs de mon site Web?

Réponse 2: La meilleure façon est d'installer un mécanisme pour analyser les activités sur votre site Web.

Par où commencer?

- Demandez à votre fournisseur de l'information quant aux tendances de votre site Web. Il ou elle a peut-être déjà installé un mécanisme pour analyser les données de votre site Web.
- C'est facile d'installer un mécanisme pour saisir les données de votre site Web. Il y a plusieurs systèmes disponibles, dont Google Analytics qui est l'un des meilleurs sur le marché de nos jours. C'est gratuit, mais c'est complexe d'analyser les données correctement. Vous voudrez peut-être profiter de l'expérience d'un professionnel en marketing pour l'analyse.
- Dans la plus part des cas, le mécanisme doit être installé sur chacune de vos pages.

Les principaux avantages d'un mécanisme d'analyse de données

- En comprenant le comportement de vos visiteurs, non seulement vous pourrez découvrir d'où ils viennent mais vous pourrez aussi découvrir où ils vont et ce qu'ils font, identifier les problèmes dans le contenu de votre site, et plus encore.
- Vous pourrez fixer des objectifs pour vos campagnes de marketing et évaluer votre succès.
- Vous pourrez comparer votre site avec celui de vos concurrents et avec l'industrie.

[Communiquez avec nous pour plus d'info](#)

Bulletin d'hiver



Conseils utiles...

- Pour augmenter votre visibilité en ligne, enregistrez votre site dans Google Maps. C'est gratuit!
- Profitez des sites sociaux pour attirer des visiteurs en ajoutant des liens vers votre site à partir de votre page Facebook, Twitter, LinkedIn, Sphinn, Digg, etc.
- Avant d'ajouter un "bouton" sur votre site Web menant à votre page dans un site social, pensez à ce qui suit:

1. Quel est "l'appel à l'action" de la page en question? Qu'est-ce que vous voulez que votre visiteur fasse (quitter votre site pour visiter votre page dans le site social?)
2. Lorsque vous avez investi dans une campagne publicitaire afin d'attirer des clients sur votre site, est-ce que vous voulez qu'ils le quittent pour visiter votre page social? Ou voulez-vous qu'ils achètent un produit ou un service sur votre site Web?

